



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA "PETRE ANDREI" DIN IAȘI

Înființată prin Legea nr. 408 / 20.06.2002

CIF: 26596943

FACULTATEA DE DREPT, ECONOMIE, ȘTIINȚE
POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE

upaeconomie@yahoo.com

Telefon: 0735217715

Sediul: Strada Codrescu nr. 6, Iași

Web: www.upa.ro; E-mail: office@upa.ro;

MISIUNEA ȘI OBIECTIVELE

programului de studii de licență *Marketing*

Facultatea de Drept, Economie, Științe Politice și Administrative funcționează în cadrul Universității „Petre Andrei” din Iași, persoană juridică constituită în condițiile Legii nr. 408/ 2002. Vechea Facultate de Economie din cadrul Universității „Petre Andrei” din Iași era prima facultate de drept privat și utilitate publică în zona de est a țării, apariția ei în sistemul instituțiilor de învățământ superior în această parte a țării fiind necesară datorită creșterii cererii de economiști de pe piața muncii iscată, în principal, de implicarea tot mai accentuată a sistemului financiar, a celui bancar și de asigurări în viața economică, precum și de maturizarea activității firmelor apărute după anii '90.

Facultatea de Drept, Economie, Științe Politice și Administrative, prin specializările sale economice, oferă, în special tinerilor din zona Moldovei, dar nu numai, posibilitatea de a se forma ca economiști, cu o solidă pregătire profesională și *își asumă un rol important în crearea și teaurizarea valorilor științelor economice românești, pregătirea specialiștilor în economie, în menținerea și sporirea nivelului de educație a populației, în promovarea cercetării științifice în domeniul de activitate, în participarea specialiștilor pregătiți la circuitul mondial de valori și afirmarea identității școlii românești de economie*. În baza nivelului de competență și a responsabilității pe care o are față de societatea românească, *Departamentul de Științe Economice* care gestionează programul de studii *Marketing* își asumă misiunea pe următoarele componente:

1. *Componenta didactică*, constând în pregătirea de cadre prin toate formele de învățământ universitar și postuniversitar prevăzute de lege, în profilurile și specializările pentru care este legal autorizată și acreditată;
2. *Componenta de cercetare științifică*, constând în organizarea și desfășurarea în condiții legale de activități de cercetare științifică, dezvoltare tehnologică proiectare, consultanță și expertiză;
3. *Componenta relația cu societatea*, constând în organizarea vieții sociale din spa-

țiul universitar astfel încât, să se înscrie ca centru de pregătire profesională și de cercetare științifică, dar și ca centru de educație, civilizație și cultură al comunității socio-economice din zona în care își desfășoară activitatea;

4. *Componenta de management și servicii suport.*

Facultatea de Drept, Economie, Științe Politice și Administrative din cadrul Universității Petre Andrei din Iași și-a propus ca **misiune** a specializării **Marketing** *să pregătească specialiști dispunând de competențe superioare, în domeniul relațiilor complexe ce se instituie în conexiune cu piețele diverse, prin activități didactice și de cercetare științifică, activități compatibile dinamicii actuale și de perspectivă a mediului de afaceri intern și internațional.* În formularea acestei misiuni s-au preluat elementele valoroase ale bogatei tradiții românești în predarea și practica marketingului, dar și de la achizițiile în materie pe plan internațional.

Într-o asemenea viziune, *Planul de învățământ* al specializării **Marketing** a fost gândit ca încorporând cele mai adecvate discipline, prin intermediul cărora să se transmită *cunoștințe* moderne, așa cum sunt ele așteptate de către piața muncii - atât în prezent, dar și în perspectivă -, să se formeze *abilități* adecvate acționării eficace și eficiente a absolvenților în practica de marketing și, nu în ultimul rând, să însuflească *atitudini* adecvate, specifice specialistului modern operând pe o piață dinamică, în schimbare continuă și rapidă, în care conexiunile, relațiile și impactul noilor tehnologii - în primul rând *digitalizarea* -, devin tot mai accentuate. În acest sens, specializarea Marketing și-a propus să amplifice la studenți capacitățile de informare continuă, de menținere în contact cu evoluțiile noilor tehnologii și aplicațiile acestora în domeniul de referință, să dezvolte creativitatea, spiritul antreprenorial, și atenția acestora pentru calitatea și eficiența relaționărilor în mediul de afaceri.

În formarea viitorilor specialiști în Marketing se are în vedere ca transmiterea competențelor specifice impuse de piețe, dinamice și complexe, să fie realizată prin mijloace diverse pe care didactica universitară modernă le pune la dispoziție: prelegeri interactive, încorporând masiv exemple și chiar studii de caz din economia reală, stimularea creativității studenților, în cadrul unor structuri conceptuale de bază, implicarea acestora în simulări de situații posibile, încurajarea lor să-și manifeste și dezvolte creativitatea și spiritul antreprenorial prin proiectele elaborate la diferite discipline. La modul cel mai concret, **obiectivele** privind competențele generale de format la viitorii specialiști se vor structura astfel:

- cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor, teoriilor, principiilor și metodelor fundamentale de investigare și prospectare specifice economiei;
- culegerea, analizarea și interpretarea de date și informații de natură cantitativă și calitativă referitoare la o problemă definită;
- explicarea și interpretarea fenomenelor, proceselor și mecanismelor pieței, cunoașterea, analiza, înțelegerea și interpretarea mediului de afaceri;

- analiza adecvată de stări și situații, diagnosticarea problemelor și asumarea de responsabilități pentru rezolvarea acestora; comunicarea și argumentarea rezultatelor proprii activități;

- dezvoltarea capacității de a lucra independent, dar și în echipă, pentru rezolvarea de probleme în contexte profesionale definite, dobândirea capacității de adaptare, decizie și acțiune în situații noi și chiar în situații de criză;

- utilizarea tehnologiilor moderne în rezolvarea sarcinilor curente;

- comunicarea adecvată în mediul profesional, verbal și scris, în limba română, dar și cel puțin într-o limbă de circulație internațională.

Pe această bază, specializarea *Marketing* va grea următoarele **obiective specifice**:

- cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor și metodelor specifice cu care se operează în cercetarea de marketing, pentru obținerea informațiilor necesare în fundamentarea adecvată a tuturor deciziilor specifice (politici, strategii, Plan de marketing etc.);

- consolidarea capacității de a dezvolta și de a utiliza baze de date referitoare la clienți, furnizori, produse, concurenți și piețe, în scopul fundamentării procesului decizional vizând mixul de marketing promovat de organizații;

- dobândirea abilităților necesare în conceperea și gestionarea planurilor de marketing, pentru atingerea obiectivelor strategice ale organizațiilor;

- dobândirea abilităților necesare în operaționalizarea programelor de marketing și exercitarea de activități specifice funcțiilor operative de implementare a acestora.

Programul de studii *Marketing* este adaptat ciclului de studii de licență de trei ani. Finalizarea acestui program permite acumularea a minim 180 de credite și obținerea licenței universitare, toate competențele dobândite în cadrul programului de studii al specializării fiind de natură să confere absolventului statutul de *specialist în marketing (marketer)*, care poate executa cu succes activități specifice de o mare diversitate, cum sunt:

- decizii și operațiuni de marketing;
- cercetări de marketing și gestionarea bazelor de date;
- conceperea și marketingul produselor noi;
- fundamentarea prețurilor;
- comunicări integrate de marketing (promovare);
- marketing relațional, vânzări etc.

Covârșitoarea majoritate a acestor profesii se află în deplină *concordanță cu cadrul național și internațional al calificărilor*. Cum acest cadru este într-o dinamică apreciabilă, cu ritmuri ce se vor accentua în viitor, specializarea *Marketing* își propune, de asemenea, să formeze la absolvenții săi abilități și atitudini de autoinstruire, de învățare pe tot parcursul vieții, care să le permită flexibilitatea și capacitatea de mobilitate profesională adecvate.

Facultatea de Drept, Economie, Științe Politice și Administrative își propune ca *cercetarea științifică* derulată de către cadrele didactice ale programului de studii **Marketing** să fie de natură a sprijini procesul instructiv-educativ prin aportul de informație proaspătă, venind din realitatea piețelor actuale, dar și prin aportul la avansul achizițiilor științifice. Din acest punct de vedere, monografiile și tratatele, studiile și articolele de specialitate publicate vor constitui contribuții la explicarea evoluțiilor specifice piețelor interconectate ale economiei românești, aflată într-o tot mai strânsă legătură cu cele internaționale. Cunoașterea comportamentului consumatorului român, explicarea formelor specifice de evoluție a competiției în economia României, dinamica prețurilor și a distribuției modeme, impactul noilor tehnologii asupra politicilor de promovare etc., concretizează doar câteva dintre aspectele ce vor fi abordate prioritar.

**Decan al Facultății de Drept, Economie, Științe
Politice și Administrative,**

Conf. univ. dr. Florin Ioan SCORȚESCU



Director Departament Științe Economice,
Prof. univ. dr. **Alexandru TRIFU**